“互联网 +”背景下传统出版与新媒体融合研究

摘 要：现今，我国全面进入了“互联网 +”时代，网络信息技术被应用于各个领域，改变着人们的生活、工作、学习，网络行为已经成为现代人社会生活中必不可少的一部分。在这种背景下，传统出版媒体面临着巨大的挑战和机遇，新媒体的产生与推广对传统出版媒体造成严重冲击。本文简要阐述了“互联网 +”背景下传统出版行业现状，进一步分析了“互联网 +”背景下传统出版与新媒体融合的重要意义，并对“互联网 +”背景下传统出版与新媒体融合进行深入探究，以期为“互联网 +”背景下传统出版媒体的发展方向提供有价值的参考依据。

关键词：“互联网 +”；传统出版业；新媒体；融合

中图分类号：G230.7 文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2019）07-052-02 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.07.013

文 / 王丹妮

在现代社会中，网络媒体是人们日常生活、工作的重要组成部分，随着科学技术的不断进步，人们的生活水平逐渐提升，对生活、社交及学习的要求也不断增加。新媒体的出现满足了现代社会人们的多样化需求，同时也给传统出版媒体带来压力。由此可见，传统出版媒体与新媒体相融合，是其在“互联网 +”时代背景下谋求生存发展的必然趋势。传统出版与新媒体的融合，不仅能推动我国媒体领域发展，还能带动其他行业共同发展。要想更好地促进传统出版与新媒体的融合，就要转变传统出版思想，提高工作人员专业素养；创新传统出版工作方法，利用新媒体进行推广；迎合社会发展需求，灵活运用社交服务软件；创新服务理念，建立期刊出版新媒体平台。

1.“互联网 +”背景下传统出版行业现状

在“互联网 +”背景下，人们越来越倾向于通过网络平台获取信息，更多的人利用电脑、手机等电子通讯工具浏览网络新闻、网络小说、自媒体读书器等。据有关报道，“相较于 2017 年，2018 年我国全年出版报纸数量减少 18.5 亿份，传统出版业的营业收入降低 10.2%，利润总额度减少 11 亿元；全国出版期刊数量减少 2 亿册，利润总额度减少 1.6 亿元”“相较于 2017 年，2018 年我国数字出版行业收入增长 35%”，[1] 这两组数据无不说明现阶段传统出版行业的困境及新媒体出版行业对传统出版行业的冲击。

2.“互联网 +”背景下传统出版与新媒体融合的重要意义

2.1 推动我国媒体领域发展

在“互联网 +”背景下，新媒体出版行业的出现及发展对我国传统出版行业造成冲击，但随之而来的是巨大的机遇与挑战。随着生活环境的改善，传统出版行业已经无法满足人们的多元化需求，而新媒体的快速发展给传统出版行业带来灵感。传统出版行业与新媒体的融合，不仅优化了传统出版行业的服务结构，促进了传统出版行业的运营模式改革，还在一定程度上拓展了新媒体的发展空间，促使传统媒体与新媒体共同发展。此外，传统媒体将互联网信息技术引入运营结构中，充分发挥了互联网平台的优势，进一步实现了我国媒体领域的整体发展。

2.2 带动其他行业共同发展

在“互联网 +”背景下，将信息技术应用于各个领域已经是十分普遍的情况，互联网技术的应用促使各个领域与互联网平台建立联系，从而得到更多的发展空间。传统出版行业要充分运用互联网技术，建立与互联网平台的密切联系，充分挖掘“互联网 +”的媒体发展资源，做到“物尽其用”。传统出版行业与新媒体的融合促使互联网技术进一步渗透到人们的生活中，加强了互联网技术与社会发展之间的关系，从而推动社会经济发展，促使媒体行业与各个行业共同发展，开创“互联网 +”背景下的媒体经济体系。[2]

3.“互联网 +”背景下传统出版与新媒体融合探索

3.1 转变传统出版思想，提高工作人员专业素养

在“互联网 +”背景下，要实现传统出版与新媒体的融合，首先要转变传统出版运行思想，学习先进的融合工作理念，形成互联网思维，将互联网技术与互联网资源共同运用到传统出版中，并进一步引进新媒体运营方式，完善传统出版运营体系，建立与“互联网 +”发展趋势相符合的出版模式。此外，要提高传统出版行业工作人员的专业素养，大部分传统出版行业的工作人员不具有新媒体的融合意识，对新媒体运营模式的认识浅显，管理者要重视工作人员工作思想的重要价值，开展新媒体运营模式的专项讲座，为员工提供互联网出版技术与技巧的学习机会，

全面提升出版业工作人员个人素质，为传统出版与新媒体的融合发展提供源源不断的人才支持。[3]。

3.2 创新传统出版工作方法，利用新媒体进行推广

在“互联网+”背景下，要实现传统出版与新媒体的融合，要重点关注出版行业的工作方法，创新传统出版工作方法，尝试利用多媒体进行推广。

要充分利用新媒体平台，将传统期刊杂志的主要内容、发行时间、方式一一发布在网络平台上，进行传统期刊的宣传工作，扩大期刊的影响范围，提高期刊出版的群众影响力，改善以往推广方式落后、宣传效果不佳的情况。第二，要充分发挥新媒体平台的包容性，在平台上全面介绍传统期刊的特有优势，让人们通过新媒体平台对传统出版业产生新的认识，明确提出传统出版业来源正规、专业性强、便于保存、内容完整等优势，提高传统出版的受众度。[4] 第三，要利用新媒体平台充分宣传传统出版的品牌优势，在“互联网+”背景下，传统出版要不断打破自身屏障，创新工作理念，跟随时代发展，通过科技手段让人们认识到传统出版的独特优势。因此，传统出版行业可以结合自身实际情况打造“品牌效应”，对出版社进行推广，进一步形成出版社品牌吸引力，在稳定现存读者数量的基础上拓展受众范围，谋求传统出版业的生存与发展。

3.3 迎合社会发展需求，灵活运用社交服务软件

在“互联网+”背景下，要实现传统出版与新媒体的融合，就要将社会发展需求作为行业发展导向。传统出版业要抓住“互联网+”背景下的机遇，认识到传统出版行业与新媒体之间的差异，优先进行传统媒体与新媒体的差异融合，对工作方法、运行模式、组织结构、应用技术及人才资源储备等多个方面进行探索，并积极引进新媒体的相关理念，从而满足社会发展需求。[5] 此外，传统出版行业要满足现代社会人们的实际需求，灵活运用社交服务软件，通过微信、微博、抖音等软件扩大自身影响力，提高人们购买、阅读传统期刊的便捷性，增加人们对传统出版期刊的认可，从而实现社会效益与经济效益的全面提升。目前，《中国国家地理》杂志率先引进社交服务软件，注册了微信公众号与同名微博，并通过微博和微信公众号平台定期推动最新消息，与读者在平台上进行互动，促使读者对杂志产生更深刻的印象，拓展了杂志的影响力。

3.4 创新服务理念，建立期刊出版新媒体平台

在“互联网+”背景下，要实现传统出版与新媒体的融合，就要创新自身服务理念，改变传统出版业的服务模式。首先，传统出版行业可以建立专门的新媒体互动平台，并结合自身运行模式推出新刊物的发布时间，设计新刊物的内容提要，并与读者产生互动，积极询问读者意见和建议，对获取的建议进行整理、筛选，并在下期刊物中进行适当调整。[6] 其次，传统出版行业在与新媒体融合的过程中要保持自身的灵敏性，重视与其他领域的合作与联系，比如，可以与大数据相融合，利用大数据的分析优势，更加准确地掌握行业变化、发展趋势、客户需求、政府政策等，为今后传统媒体与新媒体的深度融合发展做准备。最后，传统媒体可以结合自身实际情况建立移动客户端（APP），进一步与各大移动通讯系统商家建立联系，创建 APP 客户端订阅方式，让人们可以通过 APP 获取期刊读物，能够随时随地阅读刊物内容，进一步抢占读者市场。传统出版业在运用 APP 时，要注意保证 APP 客户端的工作质量，开设 APP 服务部门，实现 APP 客户端与实际刊物发表时间一致，让人们足不出户就可以享受刊物内容。要充分开发 APP 的多项功能，如客户受众分析功能、客户喜好倾向功能、客户需求分析功能、意见反馈功能 [7]。

结语

总而言之，在“互联网+”时代背景下，传统出版媒体与新媒体的融合是迎合时代发展的必然趋势，在传统出版媒体中引入新媒体，能够有效提升传统出版媒体的社会影响力，增强传统出版媒体的时代适应力。传统出版媒体要紧紧抓住时代机遇，及时调整工作理念，充分发挥自身优势，将传统出版优势与新媒体社会价值相结合，全面推动现代社会媒体行业的发展与进步。媒

参考文献

[1] 唐伟．“互联网+”背景下传统媒体和新媒体融合探究 [J]. 传播力研究，2019，3（8）：54.
[2] 吉利．“互联网+”背景下传统媒体和新媒体融合发展探讨 [J]. 中国传媒科技，2018（10）：36-37.
[3] 林晓宇．“互联网+”背景下传统媒体和新媒体融合发展思考 [J]. 西部广播电视，2018（18）：39-40.
[4] 汪雨梅．“互联网+”背景下传统媒体的发展路径研究 [J]. 新媒体研究，2017，3（20）：59-60.
[5] 来春誉．“互联网+”背景下传统媒体和新媒体融合发展 [J]. 新闻研究导刊，2017，8（12）：183.
[6] 王春蕾．“互联网+”背景下传统媒体和新媒体融合研究 [J]. 科技传播，2016，8（17）：57，117.
[7] 王林．“互联网+”背景下传统媒体和新媒体融合发展 [J]. 新闻传播，2015（24）：25-26.

（作者单位：中国科技出版传媒股份有限公司）